

Radiofonia i telewizja

WIEDZA W PIGUŁCE

Komunikacja medialna to ważna dziedzina życia społecznego. Radio i telewizja są obok internetu i prasy najważniejszymi środkami masowego przekazu. To, w jaki sposób radio i telewizja funkcjonują (w jaki sposób powstają i jakie audycje nadają), jest opisane w ustawie o radiofonii i telewizji. Potoczna nazwa tej ustawy to tzw. prawo medialne. Internetu ta ustawa nie dotyczy.

Media, zwłaszcza radio i telewizję, można podzielić na różne sposoby:

1. ze względu na sposób finansowania

- media publiczne. Finansuje je społeczeństwo, płacąc abonament. Oznacza to, że wszyscy jesteśmy właścicielami Telewizji Polskiej i Polskiego Radia. Media publiczne czerpią dodatkowe przychody z reklam (jednak nie mogą nimi przerwać audycji).
- media komercyjne. Prawie każdy może założyć takie radio czy telewizję. Jest to jednak bardzo duża inwestycja. Ponieważ częstotliwości jest mniej niż chętnych na nie, trzeba się ubiegać o koncesję na rozpowszechnianie programu radiowego lub telewizyjnego. Koncesja i częstotliwości są płatne. Po drugie, naziemne programy cyfrowe działają na tzw. multipleksach — należy zatem płacić operatorowi multipleksu za jego obsługę. Inne koszty to produkcja i zakup audycji, zatrudnienie pracowników itd. Media komercyjne zarabiają głównie na reklamach.
- media społeczne. Nadawcą społecznym może zostać stowarzyszenie, fundacja lub kościelna osoba prawna. Taki nadawca nie musi płacić za częstotliwość i koncesję, ale nie może nadawać reklam.

ze względu na sposób nadawania; obecnie prawie wszystkie programy są cyfrowe, różnią się jednak sposoby emisji:

- ### 2.
- naziemny
 - satelitarny
 - kablowy

3. ze względu na sposób prezentowania treści

- linearny, czyli tzw. ramówka. Nadawca narzuca sztywny układ kolejności nadawanych audycji i pory, w jakiej są one emitowane
- nielinearny, czyli VoD (Video on Demand — usługi na żądanie). To katalog różnych audycji, które można wybierać i oglądać w dowolnym czasie.

POMYSŁ NA LEKCJĘ

Funkcjonowanie radia i telewizji reguluje specjalna ustawa. Uczestnicy i uczestniczki zajęć będą mieli możliwość zapoznania się z działaniem KRRiT, UKE, nadawcy społecznego, mediów publicznych i komercyjnych. Realizując działania poszczególnych podmiotów, będą mieli możliwość poznać ich niektóre obowiązki.

Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- wiedzą, że istnieją media publiczne, komercyjne i społeczne;
- wiedzą, że media komercyjne muszą ubiegać się o koncesję;
- znają przykładowe obowiązki nadawcy społecznego;
- wiedzą, że funkcjonowanie mediów reguluje ustawa o radiofonii i telewizji;
- wiedzą o istnieniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i potrafią wymienić jej przykładowe zadania;
- wiedzą o istnieniu Urzędu Komunikacji Elektronicznej i potrafią wyjaśnić jego przykładowe obowiązki.

Przebieg zajęć

1.

Czas: 25 min
Forma: praca w grupach
Pomoce: wydrukowana i pocięta **karta pracy „Media – zadanie”**, duże kartki (A1 lub A2), mazaki

Podziel uczestników i uczestniczki na 6 grup. Każdej grupie daj jedną instrukcję z **karty pracy „Media – zadanie”**. Poproś grupy o zapoznanie się z instrukcjami i wykonanie poleceń. Zapytaj grupę, czy ma jakieś pytania. Jeśli tak, postaraj się na nie odpowiedzieć. Zapytaj, co to jest przekaz handlowy. Jeśli potrzeba, wyjaśnij to pojęcie. Znajdziesz je w słowniczku.

2.

Czas: 20 min
Forma: prezentacja, rozmowa
Pomoce: wyniki pracy z ćwiczenia 1

Wyjaśnij, na jakie grupy uczestnicy i uczestniczki zostali podzieleni w ćwiczeniu 1. Poproś grupy o prezentację wyników ich pracy.

Grupę „Telewizja Publiczna” — o przedstawienie ich planu finansowo-programowego.

Grupę „Nadawca Społeczny” — o przedstawienie ramówki dziennej ich programu.

Grupę „Telewizja Prywatna” 1 i 2 — o przedstawienie ich ofert programowych.

Grupę „KRRiT” — o przedstawienie, jakie mieli zadania.

Grupę „UKE” — o przedstawienie, jakie mieli zadania i czego dowiedzieli się z krzyżówki.

Prawidłowe odpowiedzi do krzyżówki znajdziesz w **pomocy dla osoby prowadzącej „Media – rozwiązanie”**.

Podsumujcie wspólnie nowe informacje. Pytania, które możesz zadać:

- Kto musi starać się o koncesję, a kto nie?
- Kto nie musi płacić za swoją koncesję?
- Na czym polega m.in. współpraca KRRiT i UKE?
- Co jest ważne przy przyznawaniu koncesji przez KRRiT?

- Jakich obowiązków mediów publicznych nie mają media komercyjne?
- Jakie warunki trzeba spełniać, żeby starać się o status nadawcy społecznego?
- Jaka ustawa reguluje funkcjonowanie radia i telewizji oraz KRRiT?

Ewaluacja

Czy po przeprowadzeniu zajęć uczestnicy i uczestniczki:

- wiedzą, że istnieją media publiczne, komercyjne i społeczne?
- wiedzą, że media komercyjne i społeczne muszą ubiegać się o koncesję?
- znają przykładowe obowiązki nadawcy społecznego?
- wiedzą, że funkcjonowanie mediów reguluje ustawa o radiofonii i telewizji?
- wiedzą o istnieniu Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i potrafią wymienić jej przykładowe zadania?
- wiedzą o istnieniu Urzędu Komunikacji Elektronicznej i potrafią wyjaśnić jego przykładowe obowiązki?

Opcje dodatkowe

W ćwiczeniu 1, jeśli uznasz, że może to być pomocne, skorzystaj z „Wiedzy w pigułce”. Rozdaj w każdej grupie wydrukowaną „Wiedzę w pigułce”.

Jeśli masz więcej czasu, zajęcia możesz zacząć wprowadzeniem w temat mediów. Podziel uczestników i uczestniczki na grupy 4-osobowe. Połowę grup poproś o wypisanie jak największej ilości informacji na temat mediów publicznych, drugą na temat mediów komercyjnych. Poproś, żeby uczestnicy zapisali wszystko, to co wiedzą. Notatka może być ułożona w formie mapy myśli. Następnie poproś grupy o zamienienie się kartkami i dopisanie nowych informacji. Grupy, które miały zebrać wiedzę o mediach publicznych, teraz mają kartki z notatkami o mediach komercyjnych i odwrotnie. Poproś grupy o prezentację.

MATERIAŁY

Karta pracy „Media - zadanie”

Pomoc dla osoby prowadzącej „Media - rozwiązanie”

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Przyporządkujcie poniższe opisy do odpowiednich podmiotów.

Kategorie:

- nadawca społeczny
- Urząd Komunikacji Elektronicznej
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji
- ustawa o radiofonii i telewizji
- media publiczne
- media komercyjne

Elementy do przyporządkowania:

- zwolniony z opłaty za koncesję [rozwiązanie: nadawca społeczny]

- nie musi się starać o koncesję (z wyjątkiem programów tematycznych) [rozwiązanie: media publiczne]
- zarządza częstotliwościami [rozwiązanie: Urząd Komunikacji Elektronicznej]
- musi się starać o koncesję [rozwiązanie: media komercyjne]
- ogłasza konkursy na wolne miejsca w multipleksach [rozwiązanie: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji]
- reguluje funkcjonowanie radia i telewizji [rozwiązanie: ustawa o radiofonii i telewizji]

Zadanie 2.

Oznacz poniższe zdania jako prawdziwe lub fałszywe.

- Media publiczne i komercyjne nie różnią się pod względem posiadanych obowiązków. [rozwiązanie: fałsz] [Prawda/Fałsz]
- Urząd Komunikacji Elektronicznej i Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji są oddzielnymi instytucjami. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jest podległa Urzędowi Komunikacji Elektronicznej. [rozwiązanie: fałsz] [Prawda/Fałsz]
- Nadawca społeczny może nadawać reklamy, ale tylko w określonych godzinach. [rozwiązanie: fałsz] [Prawda/Fałsz]
- Nadawca społeczny nie płaci za swoją koncesję. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]
- Media komercyjne muszą starać się o koncesję. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]
- Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji ogłasza konkurs na miejsca w multipleksie. [rozwiązanie: prawda] [Prawda/Fałsz]

SŁOWNICZEK

- **koncesja:** zezwolenie, upoważnienie do prowadzenia jakiegś działania.
- **multipleks:** pakiet programów telewizyjnych i radiofonicznych oraz usług dodatkowych nadawanych na jednym kanale częstotliwości.
- **przekaz handlowy:** każdy mający służyć bezpośrednio lub pośrednio promocji towarów, usług lub renomy podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą lub zawodową, towarzyszący audycji lub włączony do niej, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, albo w celach autopromocji, w szczególności reklama, sponsorowanie, telesprzedaż i lokowanie produktu.

CZYTELNIA

- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34, [PDF], [dostęp: 19.02.2013], Dostępny w Internecie: <http://isap.sejm.gov.pl/Download?id=WDU19930070034&type=3>.

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Ewa Murawska-Najmiec. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez [Fundację Nowoczesna Polska](#).

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](#).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/radiofonia-i-telewizja/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe.

Podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, III poziom edukacyjny

Treści nauczania

Udział obywateli w życiu publicznym

Środki masowego przekazu.

Nowa podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, IV-VIII klasa

Treści nauczania

Uczeń przedstawia funkcje i rodzaje środków masowego przekazu; wyjaśnia znaczenie środków masowego przekazu dla wolności słowa.

Uczeń znajduje w mediach wiadomości na wskazany temat; odróżnia informacje o faktach od komentarzy i opinii; wyjaśnia, na czym powinna polegać rzetelność dziennikarzy.

Uczeń wykazuje znaczenie opinii publicznej; znajduje w internecie komunikaty z badań opinii publicznej oraz odczytuje i interpretuje proste wyniki takich badań.

Wiedza o społeczeństwie, liceum i technikum

Treści nauczania

przedstawia współczesne media w Rzeczypospolitej Polskiej – wymienia główne dzienniki, tygodniki społeczno-polityczne, stacje telewizyjne i radiowe, portale internetowe; charakteryzuje wybrany tytuł/ stację/ portal ze względu na specyfikę, formy i treści przekazu.

krytycznie analizuje przekazy medialne i porównuje przekazy różnych mediów dotyczące tych samych wydarzeń czy procesów; formułuje własną opinię w oparciu o poznane fakty; rozpoznaje przejawy nieetycznych zachowań dziennikarzy.